



**MEJORES CIUDADES PARA
HACER NEGOCIOS EN
AMÉRICA LATINA**

**Posicionamiento Competitivo de la
Región Bogotá - Cundinamarca en
el 2009**

**DIRECCIÓN DE ESTUDIOS E
INVESTIGACIONES**

**VICEPRESIDENCIA DE
GESTIÓN CÍVICA Y SOCIAL**

**CÁMARA DE COMERCIO DE
BOGOTÁ**

María Fernanda Campo Saavedra
Presidenta Ejecutiva

Luz Marina Rincón Martínez
Vicepresidenta Ejecutiva

Lina María Castaño Mesa
Vicepresidente de Gestión Cívica y Social

Ricardo Ayala Ramírez
Director de Estudios e Investigaciones

Sergio Sánchez Delgado
Analista de Investigación

Contenido

I. Presentación	4
II. Escalafón de Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2009.....	5
III. Algunas aproximaciones a la evolución del posicionamiento competitivo de Bogotá en el contexto latinoamericano	8
IV. Principales brechas y rezagos de Bogotá frente a las mejores prácticas en la Región.	22
V. Retos y oportunidades de Bogotá en materia de competitividad y atractividad para los negocios	22
VI. Anexo metodológico	26

I. Presentación

Las ciudades y regiones compiten por posicionarse como lugares atractivos para invertir, con altos estándares de calidad de vida y un tejido empresarial fuerte. Para ello, definen estrategias y políticas orientadas a promover su desarrollo económico, crear empresas productivas y sostenibles en condiciones de formalidad, promover la transformación productiva, desarrollar sectores de clase mundial, y ampliar las oportunidades de formación y emprendimiento para generar empleo e ingresos de calidad en un entorno de integración comercial, innovación y desarrollo tecnológico.

La región Bogotá – Cundinamarca, con el propósito de crear un entorno favorable para generar riqueza de manera sostenida, mejorar su calidad de vida y convertir a Bogotá y Cundinamarca en una de las primeras cinco regiones más competitivas de América Latina con mejor calidad de vida, vienen trabajando en la Comisión Regional de Competitividad, una alianza de largo plazo, para desarrollar la visión económica y gestionar la planeación estratégica de la Región.

Uno de los logros más importantes de este proceso es el reconocimiento nacional e internacional que Bogotá ha logrado entre las ciudades de América Latina, como uno de los mejores destinos para ubicar actividades productivas, vivir y hacer negocios. Bogotá desde el 2003 ha mejorado cada año en su posicionamiento competitivo en comparación con las principales ciudades de América Latina y en la percepción de los ejecutivos.

Con este informe sobre el posicionamiento competitivo de Bogotá 2009, la Cámara de Comercio de Bogotá a través de la Dirección de Estudios e Investigaciones contribuye a mejorar la información y el conocimiento sobre los avances, las fortalezas y los retos para posicionar a Bogotá y Cundinamarca como una de las cinco regiones con mejor calidad de vida en Latinoamérica, tal como se propone en el Plan Regional de Competitividad.

En este informe se destacan los resultados más importantes en el posicionamiento de Bogotá entre las ciudades más atractivas para hacer negocios en América Latina, en comparación con las principales 50 ciudades de la región y se analizan los aspectos que

hicieron posible el ascenso de Bogotá en el Escalafón 2009, que le permitió avanzar al puesto 6. También se relacionan los avances y los retos de Bogotá en su entorno para consolidarse entre las ciudades más atractivas de la región.

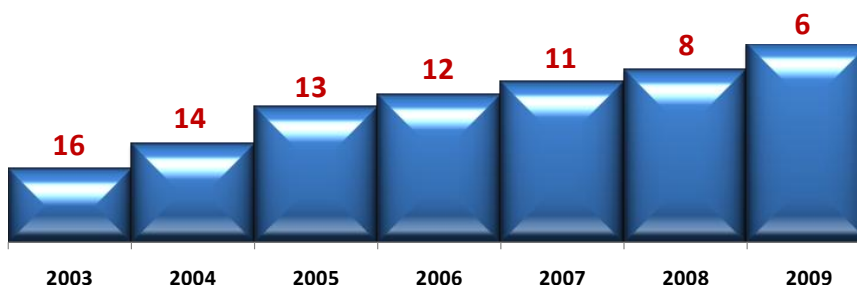
II. Escalafón de Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2009

Los resultados son evidentes, mientras en el año 2003 la ciudad se encontraba en el puesto 16, en el 2009, se ubicó en el puesto 6 entre las 50 ciudades de América Latina y como resultado de la continuidad de múltiples esfuerzos Bogotá hace parte del grupo de las ciudades más importantes de América Latina para hacer negocios. En el 2009, Bogotá logró superar a dos ciudades, que tradicionalmente se ubicaban en una mejor posición del Escalafón: Monterrey (bajó del puesto 6 en el 2008 al puesto 10 en el 2009) y Río de Janeiro (del 7 al 12). (Véase gráfica 1).

Gráfica 1

Evolución del posicionamiento competitivo de Bogotá

Escalafón de mejores ciudades para hacer negocios 2003 - 2009



Fuente: Mejores ciudades para hacer negocios 2003 - 2009. América Economía Intelligence.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

Entre las capitales de la Región Andina, Bogotá no sólo ha ganado terreno sino que ha mantenido y consolidado su liderazgo por noveno año consecutivo como la más competitiva de la región. En la Región Andina, nuestra capital sobresale por el reconocimiento a su estabilidad política, entorno favorable para los negocios y condiciones favorables para vivir.

Bogotá se destaca en Colombia y en América Latina por su modelo de cooperación público - privado, como uno de los más exitosos siendo reconocido como 'buena práctica',

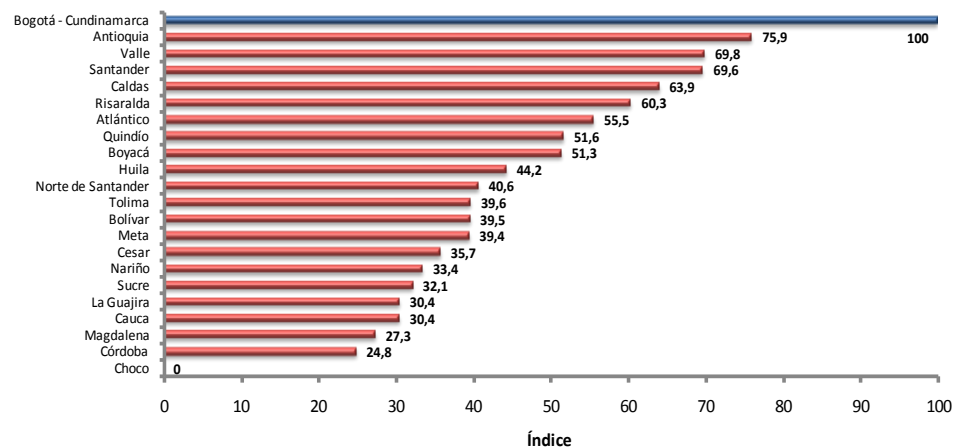
gracias al cual se han logrado importantes avances en competitividad, emprendimiento y atracción de inversión. Los inversionistas cada vez valoran más a Bogotá por tener un mejor entorno político y económico con mayor poder de negocios, mejor gestión urbana, calidad de vida y un mayor desarrollo de servicios empresariales.

Igualmente, en Colombia la Región Bogotá – Cundinamarca es la más competitiva. Este resultado se debe al liderazgo en fortaleza económica, mejoras en infraestructura, capital humano y ciencia y tecnología.

Así mismo, Bogotá se destaca por su modelo de cooperación público - privada, con el cual ha logrado importantes avances en su competitividad, emprendimiento y atracción de inversión. Otro de los aspectos bien calificados por los inversionistas de la región es el avance que ha registrado la ciudad en mejoras al sistema de transporte público, desarrollo urbano y en el apoyo a los empresarios. (Véase gráfica 2).

Gráfica 2

Escalafón Global de Competitividad, 2006



fuente: Escalafón de la Competitividad de los Departamentos en Colombia 2006. Cepal 2009.

Una de las ventajas para la localización de empresas en Bogotá y Cundinamarca es su posición geográfica. La ubicación en el centro del continente, así como las conexiones aéreas hacen de la región Bogotá – Cundinamarca un lugar ideal para hacer negocios.

No obstante, al considerar por separado a la ciudad del departamento, Bogotá es la más competitiva en Colombia, mientras Cundinamarca se ubica en el puesto 8.

Esto se debe a que entre Bogotá y Cundinamarca existen brechas, en fortaleza económica, finanzas públicas, ciencia y tecnología, infraestructura y en calidad de vida, que deterioran el posicionamiento competitivo de Cundinamarca en el escalafón. (Véase gráfica 3).

Gráfica 3



Fuente: Escalafón de la Competitividad de los Departamentos en Colombia 2006. Cepal 2009.

Para posicionar a la Región entre las cinco más atractivas para realizar negocios y con mejor calidad de vida en América Latina es fundamental orientar las acciones y políticas con énfasis en promover el desarrollo de nuevas actividades productivas, reducir la informalidad empresarial y laboral, estimular la innovación y la productividad empresarial, ampliar la oferta exportable y diversificar los mercados, atraer inversión nacional y extranjera, mejorar la infraestructura vial y logística, facilitar el acceso al emprendimiento, mejorar la calidad en educación y reducir la pobreza.

III. Algunas aproximaciones a la evolución del posicionamiento competitivo de Bogotá en el contexto latinoamericano

Desempeño de Bogotá según factores de competitividad	
Variable o factor	Posición 2009
Poder de marca Índice	4 de 50
Población (Mill de Habs)	6 de 50
Entorno Macro Índice	6 de 50
Pib 08 (Mill US\$)	7 de 50
Servicios corporativos Índice	7 de 50
Conectividad física Índice	7 de 50
Libertad para hacer negocios	9 de 50
Capital humano Índice	10 de 49
Sustentabilidad Índice	17 de 50
PIB per cápita	20 de 50
Tamaño y dinamismo económico Índice	23 de 50
Servicios personales Índice	34 de 50

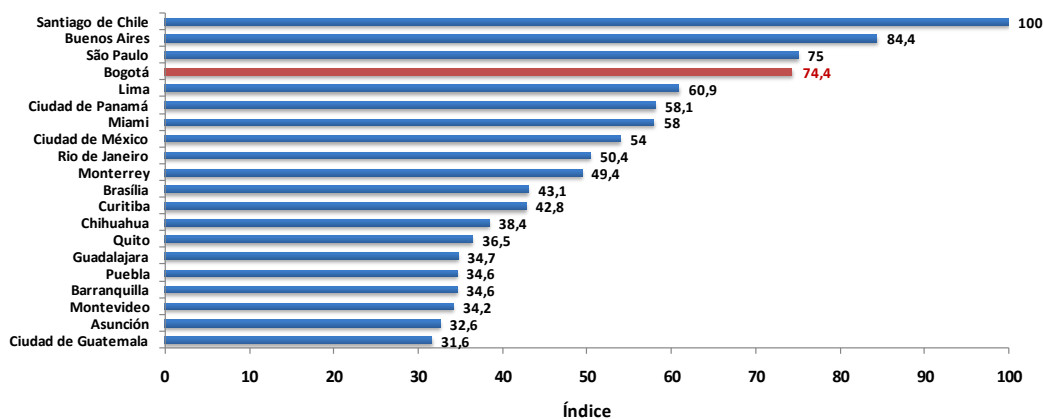
Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá. 2009.

El modelo de cooperación público privada, la mayor fortaleza económica, la mejor infraestructura para los negocios y los mejores indicadores en materia de seguridad, fueron algunas de las causas del avance en el escalafón:

Bogotá, ganó reconocimiento nacional e internacional por su “Poder de Marca – Ciudad” explicado principalmente por el modelo de cooperación público - privada y estrategia de marketing

Poder de marca de las principales ciudades de América Latina 2009



Fuente: América Economía Intelligence. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá. 2009.

El poder de marca es un indicador que se construye con los resultados de la encuesta a ejecutivos realizada por América Economía en dos dimensiones: La primera, agrega los resultados de la encuesta sobre calidad de vida, potencial de negocios y desarrollo profesional y la segunda, mide la capacidad de la ciudad para agregarle valor a los negocios, incluye la imagen de los ejecutivos sobre la ciudad, si existe cooperación público - privada, si se apoya el emprendimiento, si hay oferta de infraestructura y servicios de calidad para las empresas. En este aspecto, Bogotá se mantuvo en el cuarto lugar entre las mejores 50 ciudades latinoamericanas para hacer negocios, y se ubicó entre las ciudades que tiene un poder de marca “alto”. Supera a ciudades como Lima, Ciudad de Panamá, Miami y Ciudad de México, entre otras. Como resultado, Bogotá cada vez se acerca más a Santiago de Chile, Buenos Aires, y Sao Paulo, ciudades que han logrado el mejor y más sólido poder de marca en la región.

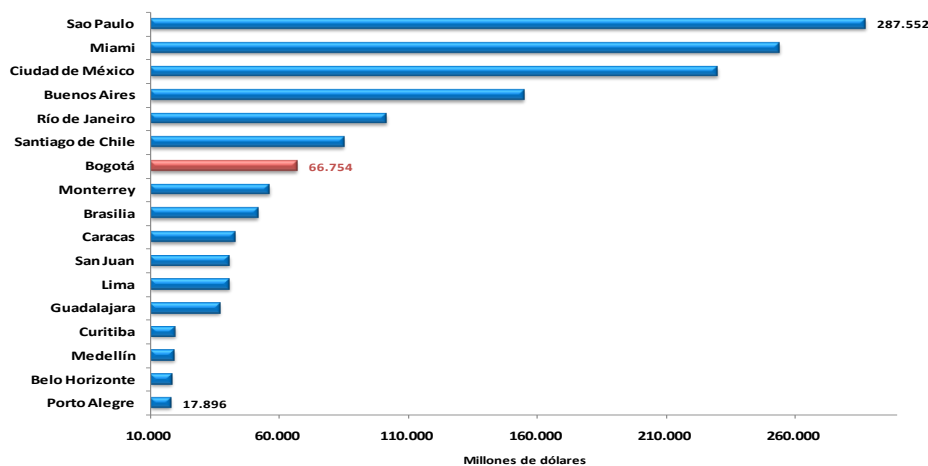
El modelo de cooperación público – privada ha facilitado implementar estrategias para promover el ‘marketing de ciudad’, ha contribuido de manera importante en el resultado positivo del 2009 y ha permitido que ejecutivos y hombres de negocios de la región estén incluyendo a Bogotá entre sus opciones para invertir y localizar empresas.

Bogotá tiene una de las economías más grandes y estables de América Latina

Es la sexta ciudad más grande de América Latina con una población de 7.5 millones de habitantes que concentra el 17% de la población colombiana. El Producto Interno Bruto asciende a US\$ 66.754 millones, superando el PIB de algunos países como Costa Rica, Uruguay, El Salvador, Panamá, Bolivia, y ciudades de América Latina como Monterrey, Brasilia, Caracas, Quito, Lima y Montevideo (véase gráfica 4). Entre el 2002 y 2008, el crecimiento económico de Bogotá fue en promedio anual de 5,5%, con lo cual alcanzó un PIB per cápita de US\$ 9.107 en el 2008 que le da un poder de compra destacado en la región.

Gráfica 4

PIB de las principales ciudades de América Latina, 2008

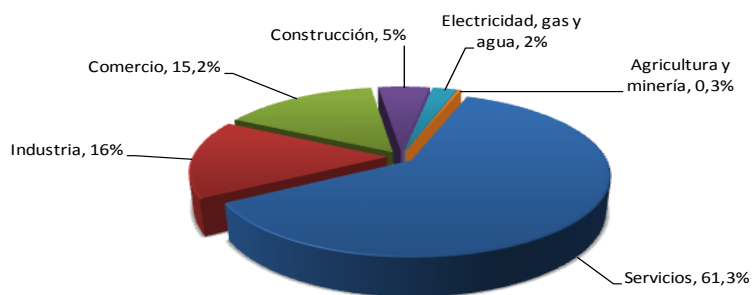


Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

La economía de Bogotá se ha fortalecido y hoy tiene el mayor número de empresas de Colombia, con más de 243 mil empresas, el 27% de las empresas del país y al igual que ocurre en las principales ciudades del mundo, como Nueva York, Tokio, Madrid, Barcelona, o Sao Paulo, Bogotá se consolida cada día como una ciudad de servicios. (Véase gráfica 5).

Gráfica 5

Estructura productiva de Bogotá

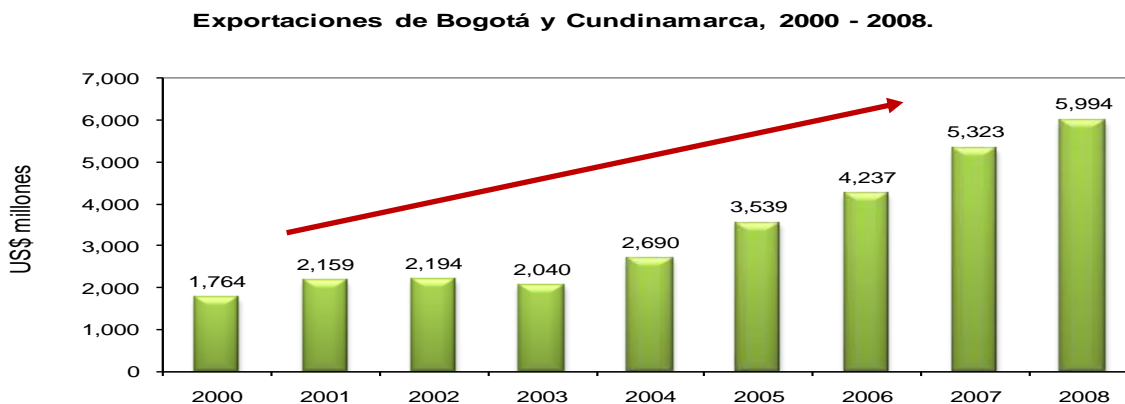


Fuente: DANE - Cuentas departamentales, 2007.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB.
Nota: las cifras de Bogotá son a precios constantes de 2000.

A lo largo de la década la Región ha registrado un notable crecimiento en sus exportaciones, aunque es fundamental diversificar la oferta exportable y los mercados de destino

Otro aspecto en el que ha progresado Bogotá y Cundinamarca es el crecimiento de sus exportaciones y paulatinamente se ha ido consolidando como la primera región exportadora de Colombia: entre el 2000 y el 2008 prácticamente se triplicaron las exportaciones regionales y en el 2008 se registró la cifra récord de US\$ 5.994 millones la más alta de la década, lo que representó el 16% de las exportaciones realizadas en el país (véase gráfica 6).

Gráfica 6

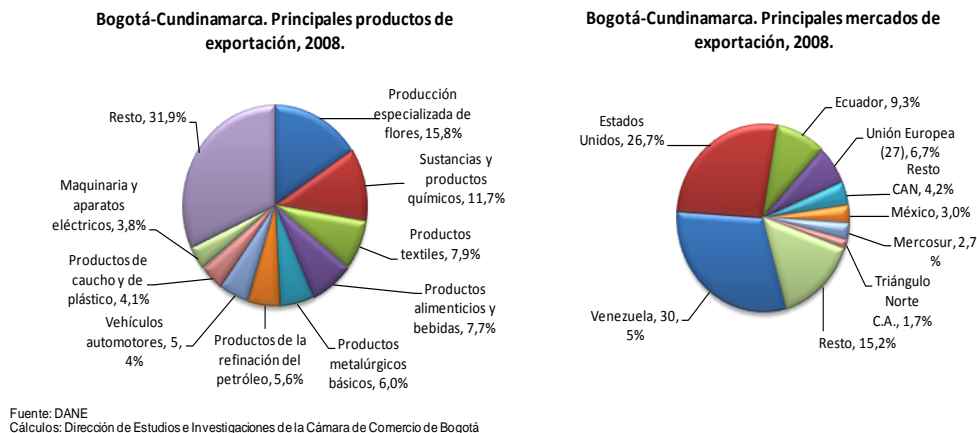


Fuente: DANE
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

No obstante, las exportaciones per cápita son bajas (US\$ 627) en comparación con el promedio de América Latina (US\$ 1.506). La Región tiene la meta de exportar en el 2019, US\$ 22.253 millones en bienes y US\$ 6.376 millones en servicios y de esta manera elevar las exportaciones per cápita a US\$ 2.000 en bienes y US\$573 en servicios.

Además, Bogotá y Cundinamarca tienen baja diversificación en la oferta exportable y las ventas se concentran en pocos mercados. En el 2008, el 68% de las exportaciones se concentró en 9 productos principalmente flores y productos químicos e industriales y como ha sido tradicional, las exportaciones se dirigieron a 3 mercados: Venezuela, Estados Unidos y Ecuador, en los que se concentró el 67% del total exportado. (Véase gráfica 7).

Gráfica 7



Por ello, uno de los retos para profundizar el proceso de internacionalización de la Región es desarrollar una estrategia de diversificación de productos con valor agregado y la promoción del conocimiento sobre las oportunidades y ventajas de la Región en mercados estratégicos con los cuales Colombia tiene Tratados de Libre Comercio: Chile, Triangulo del Norte y EFTA, los cuales le ofrecen la oportunidad de ingresar con tratamiento preferencial a 8 países con una población superior a 57,5 millones de consumidores.

Aumentar la inversión extranjera y consolidar a la ciudad como destino atractivo son objetivos que se han venido logrando.

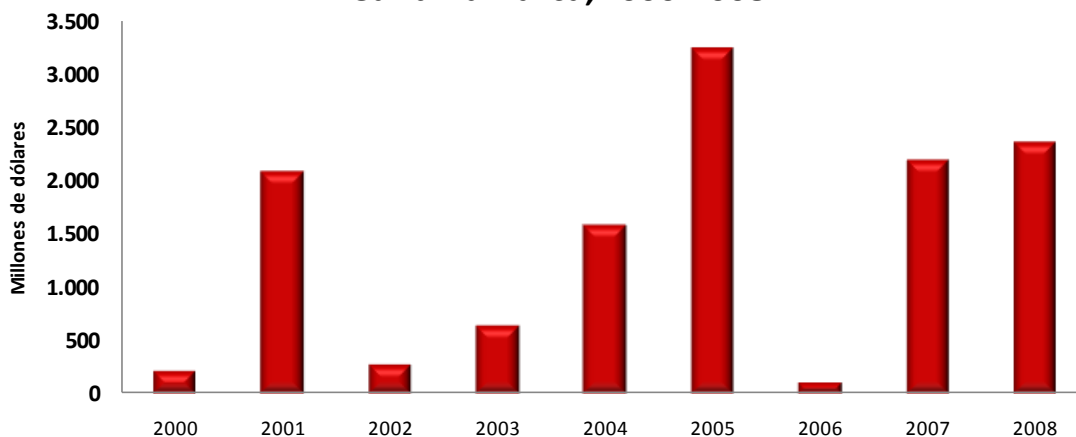
En el 2000, la inversión extranjera en la región Bogotá - Cundinamarca apenas llegaba a US\$205 millones y el año pasado llegó a US\$ 2.364, y lo que es más importante en esta década en promedio cada año la cifra ha sido de US\$1.408 millones.

Los cambios que se han registrado en seguridad y estabilidad para la inversión en Colombia también han contribuido a mejorar la atraktividad de la ciudad como destino para localizar empresas e inversiones. En el 2008, Bogotá - Cundinamarca fue el principal receptor (70%), de la inversión extranjera directa en Colombia, principalmente en las actividades de industria y en el comercio. (Véase gráfica 8). El 40% de esa inversión de Holanda (US\$ 945 millones), el 26% de Panamá (US\$ 620 millones), Islas Vírgenes

Británicas (US\$ 564 millones) y México (US\$ 347 millones) con el 23% y 15%, respectivamente.

Gráfica 8

**Flujos de Inversión Extranjera Directa en Bogotá-
Cundinamarca, 2000-2008**



Fuente: Banco de la República.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Hoy Bogotá y Cundinamarca se consolidan como plataforma más atractiva para la Inversión Extranjera Directa y la localización de medianas y grandes empresas: en el 2008 la cifra llegó a 837 empresas extranjeras, y el número de oficinas, directivas y filiales de empresas multilatinas en la Región, superó a ciudades consideradas centros empresariales como Santiago de Chile y Río de Janeiro.

Un gran aporte a este esfuerzo ha sido el que ha realizado *Invest in Bogotá* la agencia de promoción de inversión, que creó la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía Mayor para apoyar a los inversionistas nacionales y extranjeros que deseen localizarse o expandir sus negocios en la ciudad y su área de influencia. Los resultados así lo confirman, este año la Agencia ha sido calificada por el Banco Mundial como la mejor agencia regional de los países en desarrollo y la número 16 entre 216 agencias del mundo.

A través de la Agencia se han identificado sectores con potencial para invertir en la ciudad: artículos médicos, BPO/ servicios compartidos, contact centers, autopartes,

turismo, cosméticos, farmacéuticos, tecnologías de la información, mantenimiento de aeronaves, servicios de salud, servicios de educación, servicios petroleros y mineros, producción audiovisual, productos electrónicos, industria gráfica y editorial, productos agrícolas frescos y procesados, hierbas aromáticas, aceites esenciales, y otros ingredientes naturales.

Entre los inversionistas internacionales la percepción de la calidad del recurso humano en la ciudad es elevada, a diferencia de Buenos Aires o Montevideo, donde califican como regular y deficiente al capital humano. La disponibilidad y calidad del recurso humano en una ciudad es determinante para mejorar el desarrollo de las actividades productivas y las condiciones de vida, elevar los ingresos y reducir la pobreza. Sin embargo, tenemos desventajas en el manejo de un segundo idioma para atraer actividades productivas y elevar el empleo y los ingresos. En el mismo sentido, debemos mejorar en competencias laborales específicas para facilitar el desarrollo de nuevas actividades con mayor valor agregado en los servicios y en la agroindustria.

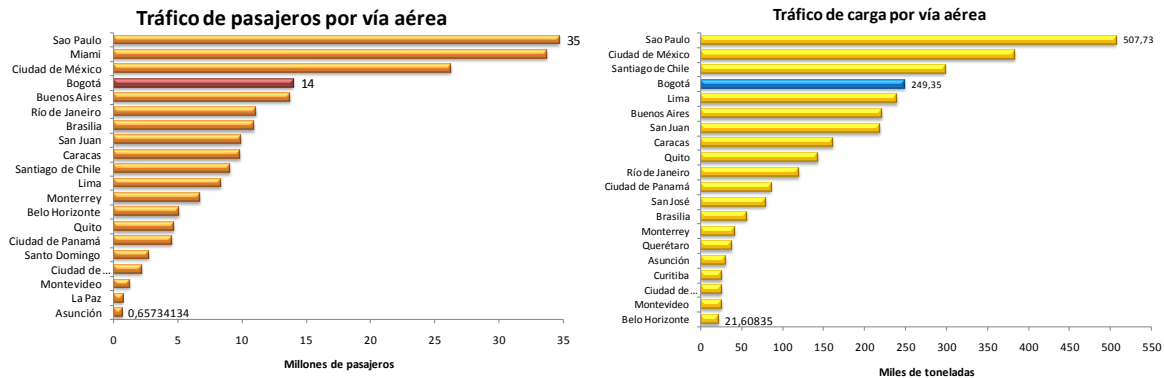
Cada vez más Bogotá es un referente internacional como centro de negocios debido a sus avances en conectividad y a las mejoras en la oferta de servicios corporativos y para ejecutivos

En el 2009, Bogotá ocupó la séptima posición en conectividad física, entre las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina, debido entre otros factores a las mejoras en la conectividad aérea tanto de carga como de pasajeros, conectividad portuaria y los avances en conectividad digital. No obstante, la oferta de infraestructura logística es baja con relación a las mejores ciudades para hacer negocios de Latinoamérica, lo cual dificulta la localización de nuevas empresas por falta de infraestructura vial de calidad que facilite la conectividad con los puertos y acceso a tecnologías de la información (internet, telefonía fija y móvil y banda ancha, entre otras).

Desde el punto de vista geográfico, la ubicación central de Bogotá así como las conexiones aéreas hacen de la ciudad un lugar ideal para hacer negocios. Además, Bogotá tiene el aeropuerto internacional más grande del país y en proceso de transformación. El aeropuerto Eldorado, es una de las terminales aéreas con mayor

actividad en Sur América, es el segundo en movimiento de pasajeros (con cerca de 14 millones de pasajeros) y el tercero en volumen de carga (Véase gráfica 9). La terminal aérea goza de una localización estratégica en el ámbito mundial. Se encuentra a menos de seis horas por avión de cualquier capital del continente y a menos de nueve horas de las principales ciudades del mundo.

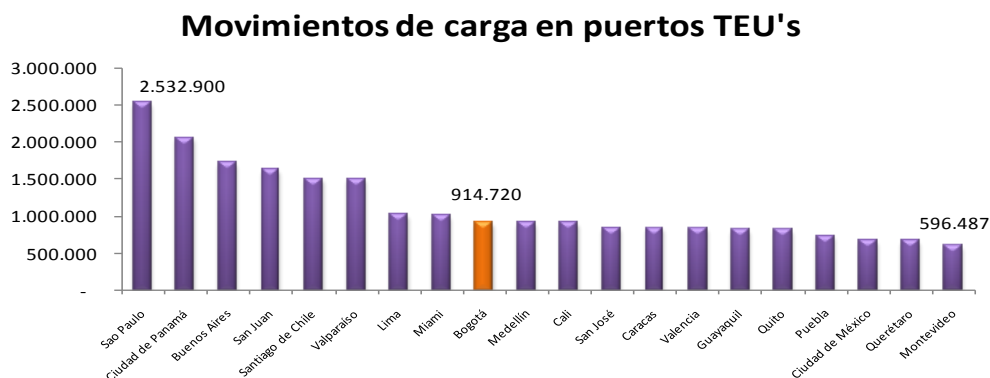
Gráfica 9



Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

La conectividad portuaria es otro elemento fundamental para el posicionamiento competitivo de las ciudades y regiones. En el 2008, el puerto de Buenaventura tuvo un movimiento de carga de 914.720 TEU. En la gráfica Bogotá, Medellín y Cali figuran con la misma cifra, debido a que estas ciudades son asistidas por el mismo puerto para el traslado de mercancías. (Véase gráfica 10) En el año 2005 se movían alrededor de 510.000 TEU menos, lo que representa un crecimiento del 126% en tres años.

Gráfica 10



Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

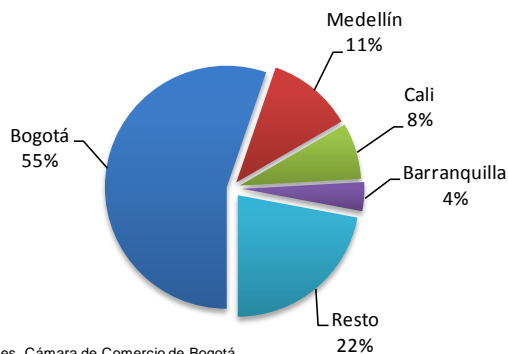
El caso de Bogotá es particularmente interesante. Ubicados en la mitad del continente, los puertos colombianos tienen un alto potencial de tráfico, asociado a la proximidad con las rutas de comercio internacional. Colombia tiene salida a los dos océanos. Buenaventura debe perfilarse como el puerto que aproveche su cercanía con el Canal de Panamá para competir. Respecto a esto, Colombia ya da algunas muestras en su plan estratégico de desarrollo portuario; adelantándose a la profundización del Canal de Panamá, ha comenzado las obras de profundización del canal de acceso a la bahía de Buenaventura. Esta profundización, junto a un mejoramiento en la gestión portuaria y a tiempos de operación más eficientes (eliminación de las demoras) impulsará la competitividad portuaria de Colombia.

Uno de los cambios más importantes que se están registrando en la ciudad es el notable aumento en la oferta de servicios corporativos a las empresas, lo cual ha sido determinante en el aumento de la percepción positiva de los ejecutivos latinoamericanos sobre el potencial de desarrollo para los negocios que tiene la ciudad.

En este aspecto Bogotá se ubica en el séptimo lugar entre las mejores ciudades para hacer negocios de Latinoamérica, gracias a las mejoras en la calidad y en la oferta de servicios financieros (en el 2008, en la bolsa de valores se tranzó la cifra record de US\$ 20.525 millones) y hoy es el centro financiero del país: en el primer trimestre de 2009, en la ciudad se realizó el 55% de las transacciones financieras del país (véase gráfica 11).

Gráfica 11

Transacciones financieras por ciudades de Colombia. Primer trimestre 2009



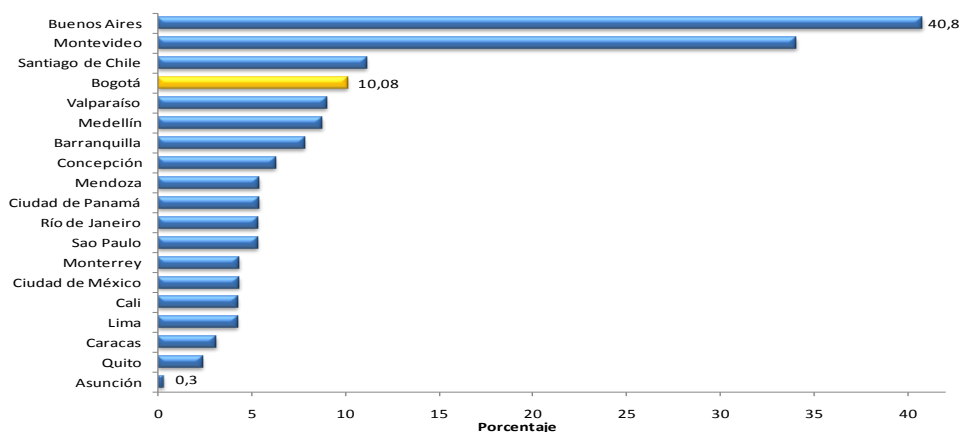
Fuente: Superintendencia Financiera 2009
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Así mismo, hoy Bogotá es percibida como una ciudad con una mayor y mejor oferta de oficinas, hoteles e infraestructura para los negocios. Los esfuerzos que se hagan en la ciudad para estimular la inversión en la construcción y ampliación de la oferta hotelera son estratégicos para seguir consolidando a Bogotá como centro de negocios, al igual que en la construcción de centros empresariales y de negocios. El turismo de negocios corporativos genera en el mundo US\$ 4 billones y Colombia participa con 0,3%, Bogotá tiene la oportunidad y las potencialidades para competir con ciudades como Sao Paulo y Santiago de Chile en eventos internacionales corporativos y empresariales, para lo cual debe construir una infraestructura de calidad mundial.

En cuanto a la penetración de banda ancha, Bogotá superó a varias ciudades importantes como Ciudad de México, Río de Janeiro, Lima y San José. La ciudad ocupó el puesto 4 entre las 46 ciudades analizadas en este aspecto y ha logrado reducir la brecha frente a las mejores ciudades de la región en acceso a servicios, conexión a redes y adaptación de tecnologías (véase gráfica 12). Sin embargo, Bogotá fue superada por Buenos Aires, Montevideo y Santiago de Chile lo que indica que para estar entre las primeras ciudades de América Latina es necesario duplicar la cobertura y calidad de la banda ancha en la ciudad.

Gráfica 12

Porcentaje de penetración de banda ancha, 2008

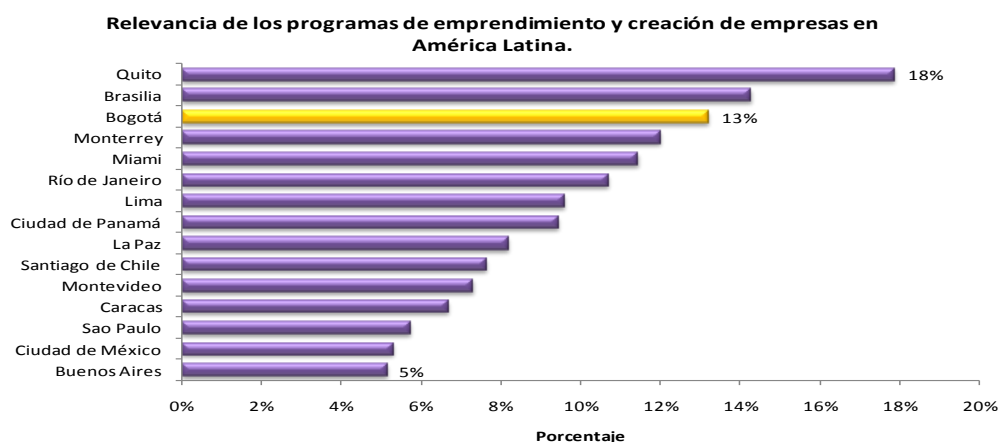


Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones. Cámara de Comercio de Bogotá.

Bogotá es una de las ciudades que avanza para convertirse en América Latina en referente por sus políticas y acciones para democratizar el acceso al emprendimiento y facilitar la creación de nuevas empresas formales y sostenibles en el tiempo

En Bogotá y la Región, con la cooperación de los sectores público y privado, se ha avanzado en el apoyo al emprendimiento y a la innovación con políticas locales orientadas a elevar la productividad, ofrecer condiciones favorables para la localización de las empresas y el desarrollo de los negocios, posicionar a la ciudad y la Región como lugares atractivos para la inversión, y aprovechar eficientemente las capacidades de las personas. (Véase gráfica 13).

Gráfica 13



Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Sin embargo, Bogotá tiene brechas con las principales ciudades de América Latina en el manejo de un segundo idioma. Además, debe continuar fomentando el emprendimiento y mejorar el entrenamiento en competencias laborales específicas. (Véase cuadro 1).

Cuadro 1

MANEJO DE OTROS IDIOMAS		FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN EDUCACIÓN TÉCNICA Y UNIVERSITARIA		ENTRENAMIENTO EN COMPETENCIAS LABORALES ESPECÍFICAS	
Monterrey	8,5	Monterrey	8,9	Monterrey	8,7
Miami	8,0	Medellín	7,8	Medellín	7,8
C. de Panamá	6,9	Cali	7,6	Miami	7,6
C. de México	5,8	Miami	7,4	Cali	7,1
Buenos Aires	5,7	Brasilia	6,6	C. de Panamá	6,9
Brasilia	5,7	Bogotá	6,3	São Paulo	6,8
Medellín	5,7	C. de Panamá	6,2	Bogotá	6,7
São Paulo	5,6	C. de México	6,2	Brasilia	6,4
Montevideo	5,5	São Paulo	6,1	C. de México	6,2
Cali	5,4	Buenos Aires	5,9	Buenos Aires	5,9
Bogotá	5,0	Montevideo	5,5	Montevideo	5,8

Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.

Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

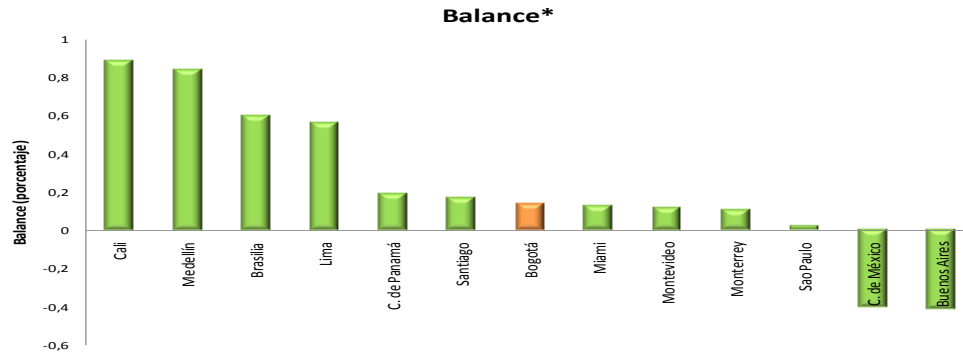
Hace más de dos años, por iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía Mayor, empezó a funcionar el centro de emprendimiento Bogotá Emprende, con la misión de promover el emprendimiento, ampliar el número de empresas, y contribuir a la formalización y la productividad empresarial. Entre el 2006 y 2008, Bogotá Emprende atendió con sus servicios presenciales y virtuales a más de 630.000 emprendedores y empresarios y se han creado 5.000 empresas.

En el 2009, Bogotá mantiene un balance positivo en la percepción sobre la calidad de vida en la ciudad.

Los resultados del progreso de Bogotá están relacionados con el fortalecimiento y el mejoramiento en la calidad de vida en la ciudad. Así lo considera el 14% de los ejecutivos de Bogotá. La calidad de vida es uno de los atributos territoriales más importantes para atraer y retener la inversión y el capital humano. Es un factor determinante en la localización de personas y empresas, así como en el posicionamiento competitivo de las ciudades. En el 2009, según la percepción de los ejecutivos latinoamericanos, Cali, Medellín, Brasilia y Lima fueron las ciudades con mayor avance en calidad de vida. Por el contrario, Buenos Aires y Ciudad de México se ubicaron en los últimos puestos con tendencia al deterioro de la calidad de vida de sus habitantes. (Véase gráfica 14).

Gráfica 14

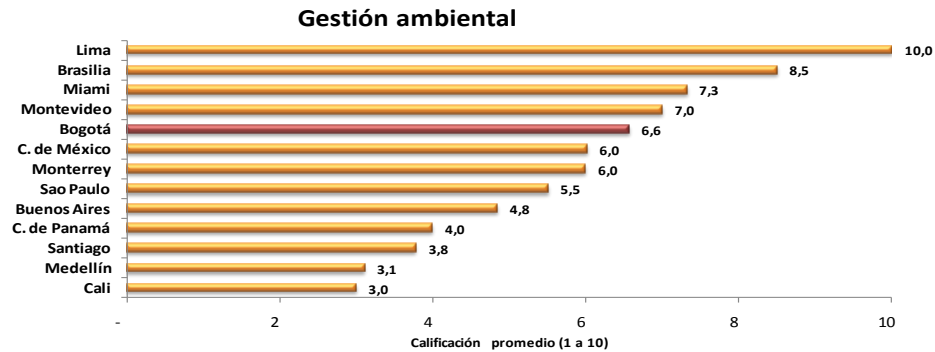
En el tema de calidad de vida, ¿su ciudad ha mejorado o empeorado en los últimos tres años?



Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Un tema esencial es la sostenibilidad ambiental que ofrece una ciudad para vivir. En este aspecto, Bogotá ocupa la segunda posición entre las seis mejores ciudades para hacer negocios en América Latina, el primer puesto es para Miami y el tercero para Sao Paulo. Así mismo, se percibe que la gestión ambiental es importante en las decisiones y políticas públicas, y que se están realizando esfuerzos para reducir la contaminación y mejorar la sostenibilidad ambiental, entre las 10 principales ciudades, Bogotá se ubica en el puesto 5 lo que indica que todos los esfuerzos que se hagan por reducir la contaminación del aire, aumentar el número de metros cuadrados de zonas verdes disponibles y de árboles por habitante e implementar campañas pedagógicas y una cultura responsable con el medio ambiente en la ciudad serán favorables para mejorar su posicionamiento frente a las demás ciudades. (Véase gráfica 15).

Gráfica 15

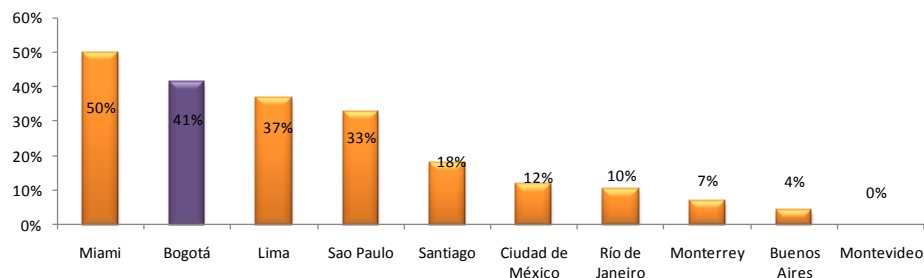


Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Según los ejecutivos latinoamericanos Bogotá es percibida internacionalmente como una ciudad más segura. En el 2009, la ciudad ocupó la segunda posición por las mejoras en seguridad entre las diez ciudades más atractivas para hacer negocios en América Latina. Los ejecutivos (41%) están de acuerdo en que Bogotá es más segura que antes. Esto es positivo y plantea el reto de continuar trabajando para preservar los logros alcanzados en seguridad y fortalecer la percepción internacional de que Bogotá es una ciudad segura. (Véase gráfica 16).

Gráfica 16

La ciudad es más segura que antes



Fuente: América Economía Intelligence, 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Darle sostenibilidad a los avances y continuar cerrando las brechas son los retos en Bogotá para seguir consolidándose entre las ciudades de la región.

IV. Principales brechas y rezagos de Bogotá frente a las mejores prácticas en la Región.

Poder de negocios: Bogotá continúa rezagada con respecto a las principales ciudades de América Latina en el producto interno bruto per cápita y en el ingreso por habitante, por lo que la ciudad deberá crecer durante los próximos años al menos igual al promedio de crecimiento de los últimos 7 años (5,5% entre el 2002 y el 2008) y así mantener el dinamismo de las actividades productivas. El reto es ampliar la capacidad de crecimiento con una mayor atracción de inversión nacional y extranjera, desarrollar nuevas actividades productivas y mayor productividad en las existentes.

Conectividad física y digital: Bogotá tiene una mejor posición geoestratégica que otras ciudades de América Latina, sin embargo, la oferta de infraestructura logística es baja con relación a las mejores ciudades para hacer negocios de Latinoamérica, lo cual dificulta la localización de nuevas empresas por falta de infraestructura vial de calidad que facilite la conectividad con los puertos, acceso a tecnologías de la información (internet, telefonía fija y móvil y banda ancha, entre otras).

Capital humano: Bogotá continúa con brechas en capital intelectual, recurso humano con formación en inglés, número y registro de investigaciones y publicaciones científicas a nivel internacional, inclusión de universidades de Bogotá entre las 500 más prestigiosas del mundo y formación en negocios.

V. Retos y oportunidades de Bogotá en materia de competitividad y atraktividad para los negocios

Ampliar la capacidad de crecimiento: es necesario continuar los esfuerzos para atraer más inversión nacional y extranjera, desarrollar nuevas actividades productivas y mayor productividad en las existentes. Bogotá continúa rezagada con respecto a las principales ciudades de América Latina en el producto interno bruto per cápita y en el ingreso por habitante, por lo que la ciudad deberá crecer durante los próximos años, al menos igual al promedio de crecimiento de los últimos 7 años (5,5% entre el 2002 y el 2008), y así mantener el dinamismo de las actividades productivas.

Fortalecer el mercado interno, el comercio internacional y la transformación productiva: Para dinamizar el crecimiento y generar más empleos de calidad se debe fortalecer la articulación productiva entre la ciudad y la Región, ampliar las posibilidades de negocios con otras ciudades y regiones del país e incrementar la inversión

Promover la formalización empresarial y laboral: La informalidad empresarial es uno de los grandes obstáculos para mejorar la productividad de la economía, la supervivencia de las empresas y la calidad de vida de los trabajadores. La informalidad empresarial dificulta el acceso al crédito, genera riesgo de penalización por el incumplimiento de la ley, limita el acceso a servicios de apoyo públicos y privados, reduce la productividad tanto de la empresa como de los empleados, limita las posibilidades de ampliar su mercado interno y de competir en los mercados externos, incrementa los costos de las contingencias laborales, estimula el incumplimiento de las normas legales, utiliza capital de trabajo y recurso humano limitado, y es fuente de evasión fiscal, entre otros aspectos. En la práctica, la informalidad empresarial debilita el crecimiento y sostenibilidad de las empresas y configura un entorno de prácticas que distorsionan la competencia.

En Bogotá, la informalidad empresarial se estima en el 36% y la laboral cerca del 55%, lo cual afecta el desarrollo económico y empresarial de la Región. Es crucial una estrategia de formalización empresarial y laboral que responda a las características de nuestra Región. Con este propósito la Cámara de Comercio de Bogotá ha liderado la cooperación con las entidades distritales, locales y municipales para realizar censos empresariales que permitan identificar y caracterizar las unidades productivas de acuerdo con su ubicación, organización jurídica y administrativa, principales problemas y necesidades de apoyo y de servicios empresariales para mejorar su productividad.

Lograr una mayor internacionalización de las empresas: Diversificar la oferta exportable y elevar la inversión en nuevos proyectos y sectores con potencialidades para exportar y aumentar los ingresos. También, es imperativo promover la innovación para facilitar la transformación de la plataforma productiva y empresarial.

Fortalecer el capital humano y la innovación: Hay que seguir promoviendo la innovación y el emprendimiento en las personas y en las empresas para construir ventajas competitivas con el propósito de mejorar la sostenibilidad de las empresas y atraer y retener empresas en sectores de clase mundial. Bogotá ha logrado avances muy importantes en facilitar el acceso al emprendimiento y se requiere darle continuidad a la estrategia para aumentar el número de nuevas empresas en la ciudad, elevar la productividad de las existentes y promover la innovación en la cultura empresarial.

Si bien, ocupamos la décima posición entre las principales ciudades en capital humano, gracias, entre otros factores, al incremento en la producción científica (el número de papers por millón de habitantes pasó de 192 en el 2007, a 453 en el 2008), es necesario mantener y elevar la inversión en ciencia y tecnología y ofrecer condiciones que faciliten y estimulen la innovación y la atracción de nuevas inversiones. Es prioritario para Bogotá incluir una o varias universidades entre las 500 mejores del mundo, que le permitan convertirse en exportadora de servicios de excelencia y elevar la calidad de los profesionales que sustentan la oferta de servicios de una ciudad. Igualmente, fortalecer la oferta de educación para los negocios.

Ampliar la oferta de servicios personales: En el 2009, Bogotá ocupó la posición 38 entre las 50 ciudades analizadas. En los últimos años se han realizado esfuerzos importantes en este aspecto. En el 2008, el nivel de peligrosidad en la ciudad disminuyó un 16% (la ciudad pasó del puesto 12 en el 2007 al 10 en el 2008) con lo cual ha mejorado la percepción internacional de la ciudad. Otro aspecto favorable fue la reducción en el costo de vida para ejecutivos. Es necesario continuar los esfuerzos para mejorar la percepción internacional sobre la ciudad en materia de calidad de vida, costo de vida, seguridad, turismo ejecutivo, entretenimiento, ocio y cultura.

Mejorar la plataforma de servicios para las empresas: Para fortalecer la atracción Bogotá, se debe mejorar la plataforma de servicios a las empresas y las personas con énfasis en proyectos que mejoren la conectividad como la modernización del aeropuerto Eldorado, la ampliación de la infraestructura logística y de carga, la conectividad a los principales puertos y el desarrollo del sistema integrado de transporte

Elevar la conectividad física y digital: Bogotá tiene una mejor posición geoestratégica que otras ciudades de América Latina, sin embargo, la oferta de infraestructura logística es baja con relación a las mejores ciudades para hacer negocios de Latinoamérica, lo cual dificulta la localización de nuevas empresas por falta de infraestructura vial de calidad que facilite la conectividad con los puertos, acceso a tecnologías de la información (internet, telefonía fija y móvil y banda ancha, entre otras). Es indispensable ampliar la infraestructura de telecomunicaciones y la cobertura y acceso a la banda ancha, solucionar los problemas de baja calidad de la red y aumentar el número de productos y servicios de soporte a las conexiones y redes. Además, es necesario reducir las brechas que presenta Bogotá con relación a Sao Paulo, Santiago, Miami, Ciudad de México y Buenos Aires en penetración de telefonía fija y móvil, Internet y disponibilidad de puntos WiMax.

Mejorar en sustentabilidad ambiental: Para cerrar la brecha en esta materia la ciudad debe reducir la contaminación del aire, aumentar el número de metros cuadrados de zonas verdes disponibles y de árboles por habitante e implementar campañas pedagógicas y una cultura responsable con el medio ambiente, entre otras acciones.

En síntesis, con el paso de los años Bogotá ha ido cambiando y mejorando en sus indicadores de calidad de vida. Hoy la percibimos como una ciudad más dinámica que ha logrado mejoras sustanciales en la calidad de vida de sus habitantes, en la cual se registrado una notable transformación urbana y con una visión estratégica que seguramente le permitirán mejorar cada día sus atractivos frente a sus principales competidoras y posicionarse entre las cinco ciudades más competitivas y atractivas por su calidad de vida en América Latina.

VI. Anexo metodológico

La versión 2009 del ranking de mejores ciudades para hacer negocios de América Economía tiene como principal novedad la introducción de una variable para medir la sostenibilidad ambiental de las ciudades. Pero no fue incorporada en el modelo y sólo presentada en forma ilustrativa. La variable fue instalada por medio de un índice creado a partir de tres indicadores: (1) el índice de partículas de 10 micrones detectado en las ciudades (PM10), particulado PM10 y dos preguntas tomadas de la encuesta con respecto a la percepción de áreas verdes en la ciudad y tres a la evaluación de mejora de la política ambiental de la ciudad.

El ICUR constituye un modelo de más de 50 variables que se clasifican en dos dimensiones: variables de contexto y diferenciales.

Dimensiones del ICUR

América Economía Intelligence

2009

Ponderador	FACTORES	Ponderador	SUBFACTORES	Ponderador	VARIABLES
ICUR = 100%	I) Contexto	26%	Estabilidad macroeconómica	52%	Libertad para hacer negocios
			Estabilidad político-social	48%	Índice de desarrollo humano
	II) Diferenciales	74%	Poder de negocios	38%	Indicador de gobernabilidad
					PIB ciudad
					PIB per cápita
					Crecimiento PIB
			Centro de negocios	10%	Bolsa de valores
					Competitividad telecomunicaciones
					Costo de oficinas
					E-Government
			Centro para ejecutivos	14%	Número de grandes empresas
					Servicios a las empresas
					Calidad de vida
					Costo de vida
			Ventaja geoestratégica	16%	Seguridad
					Turismo de negocios
			Capital intelectual	22%	Entretenimiento y ocio
					Emprendimiento
					Movimiento aeroportuario
					Movimiento portuario
					Poder de marca
					Universidades Top en la región
					Número de escuelas de negocios
					Tasa de matrícula
					Número de patentes
					Papers ISI

Fuente: América Economía Intelligence. 2009. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Las primeras variables corresponden a la plataforma y el contexto que les otorga el país y se agrupan en dos subfactores: estabilidad macroeconómica y estabilidad político-social.

El segundo factor hace referencia a la oferta real que sustenta la competitividad propia de las ciudades y que determina las diferencias dentro del índice final. Las variables diferenciales están compuestas por cinco subindicadores que corresponden al poder de negocios de la ciudad, los servicios que ofrece a las empresas como un centro de negocios, la oferta urbana que la convierte en un centro para ejecutivos, el provecho que saca a su ubicación geográfica o bien cómo lo revierte, que se mide en la ventaja

geoestratégica, y finalmente se analiza el capital intelectual, enfocado en la creación y difusión de conocimiento.

Las ponderaciones tanto de las dimensiones del índice como de los indicadores que lo componen, fueron definidas por un panel de expertos.

Fuentes de información

Los insumos de información proceden principalmente de organismos oficiales de cada ciudad y país, tales como los bancos centrales, las bolsas de valores, institutos de estadísticas, portales web del gobierno nacional y distrital, e información propia de América Economía Intelligence. También se recurrió a organismos internacionales como el Banco Mundial, PNUD, ISI Web of Knowledge, entre otros. Así mismo, se analizaron y procesaron datos provenientes de compañías y organismos internacionales como ACI Aero, Cisco, CB Richard Ellis, The Heritage Foundation, Cybermetrics Lab, Economatica y Mercer. América Economía Intelligence estimó datos para 2008 en los casos que éstos se encontraran desactualizados, en particular PIB, Var.% PIB, PIB per cápita, valor de arriendo de oficinas, costo de vida, etc.

El Poder de Marca y otros indicadores fueron elaborados sobre la base de los resultados de la encuesta a ejecutivos que realizó América Economía Intelligence en marzo de 2009, con un total de respuestas superior a las 1.364, distribuidas en todos los países de la región.

Estandarización de los datos y resultados del ranking

Teniendo en cuenta que las variables se encuentran en distintas unidades de medida, éstas se estandarizaron en base 100, con el fin de darle el mayor valor a la mejor práctica. Finalmente, a cada indicador se le asignó el ponderador propuesto por el panel de expertos, así como a los dos factores del modelo, obteniéndose de este modo el ICUR que permitió determinar el ranking de ciudades 2009.